



## Digitalisierungsreport 2017

Wie weit ist der regionale Einzelhandel?

# Impressum

## Herausgeber

Industrie- und Handelskammer  
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim  
Neuer Graben 38  
49074 Osnabrück  
Telefon 0541 353-0  
Telefax 0541 353-122  
[www.osnabrueck.ihk24.de](http://www.osnabrueck.ihk24.de)

## Ihr Ansprechpartner

Falk Hassenpflug  
Telefon 0541 353-215  
[hassenpflug@osnabrueck.ihk.de](mailto:hassenpflug@osnabrueck.ihk.de)

## Bildnachweise

Titelbild: Fotolia ©sdecoret

## Daten

ibi research an der Universität Regensburg, Institut für  
Handelsforschung, MB Research GmbH, eigene Erhebungen

## Rechtliches

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch  
auszugsweise, nur mit ausdrücklicher und  
schriftlicher Genehmigung der IHK  
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim

© Osnabrück, Dezember 2017 Industrie- und Handelskammer  
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim



Quelle: iStockphoto ©peterhowell

3

5	Vorwort
6	Zur Methode der ibi-Handelsstudie
7	Bundesweite Ergebnisse im Vergleich zur Region
7	7 Status-quo: Digitalisierung im stationären Handel nimmt zu
9	9 Investitionsbereitschaft in Digitalisierung ist ausbaufähig
10	10 Organisatorische Umsetzung der Digitalisierungsaktivitäten ist Chefsache
11	11 Ausblick
12	Mittelzentren im Fokus
22	Handlungsfelder aus Sicht der IHK-Organisation
23	Das tut unsere IHK für den Handel

Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation bei der Bezeichnung von Personengruppen nur die männliche Form für beide Geschlechter verwendet.

Die Digitalisierung der Wirtschaft schreitet rasch voran. Auch im Einzelhandel macht sie sich immer stärker bemerkbar. Konsumenten wollen nicht mehr zwischen online und offline unterscheiden. Gleichzeitig nehmen auch mobile Anwendungen zu.

Der vorliegende IHK-Digitalisierungsreport analysiert diese Entwicklung im Handel. Dafür hat unsere IHK gemeinsam mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und 40 anderen IHKs untersucht, welche Auswirkungen die Digitalisierung aktuell auf den Einzelhandel in Deutschland hat und was die entsprechenden Erwartungen der Einzelhändler für die kommenden Jahre sind. Darüber hinaus werden auf der Grundlage einer regionalen Sonderauswertung die Entwicklungen im Wirtschaftsraum Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim skizziert.

Ziel war es zu ermitteln, welche Wege lokale Unternehmen im Hinblick auf die Digitalisierung beschreiten, um im Wettbewerb Vorteile zu erzielen. Daraus werden abschließend Handlungsfelder abgeleitet. Zusätzlich wird besonderes Augenmerk auf die sieben Mittelzentren im IHK-Bezirk gelegt. Hier werden mehr als ein Drittel der gesamten regionalen Einzelhandelsumsätze generiert.

Bei Diskussionen und politischen Entscheidungen zu Fragen der Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung bietet diese Studie Hinweise auch für Kommunen und Stadtmarketingkreise.



Im Rahmen des IHK-Jahresthemas »online. offline.mobile« wurden verschiedene Module bearbeitet. Neben dem vorliegenden Digitalisierungsreport wurde auch das »offline«-Thema in den Fokus gerückt.

Teil davon war die 2017 erstmalig durchgeführte Vor-Ort-Kampagne »Heimat shoppen«: Eine Sensibilisierungsaktion für das Einkaufen vor Ort an mehreren Aktionstagen im September 2017. Allein in unserem IHK-Bezirk haben rund

1.000 Betriebe in rund 20 Orten und Geschäftsstraßen kreative Ideen und Projekte umgesetzt. Über die beispielgebenden Aktionen und die Ausrichter informiert die IHK jetzt in einer Projektdokumentation auf ihrer Homepage. Unternehmen und Gewerbevereine berichten in Statements von den Aktionen vor Ort.

Zur Dokumentation  
[www.osnabrueck.ihk.de/handel](http://www.osnabrueck.ihk.de/handel)



## Zur Methode der ibi-Handelsstudie

Die vorliegenden Ergebnisse basieren auf einer bundesweiten im Frühsommer 2017 erstmalig realisierten Handelsstudie, die gemeinsam von 41 IHKs, dem ibi research an der Universität Regensburg und dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) durchgeführt wurde. Der Fragebogen umfasste sechs Themenblöcke mit insgesamt 34 Hauptfragen.

Bundesweit haben an der Studie mehr als 8.000 Unternehmen sowohl aus dem stationären als auch aus dem reinen Onlinehandel teilgenommen. In diesem Rahmen haben sich rund 300 regionale Handelsbetriebe aus dem Wirtschaftsraum Osnabrück – Emsland – Grafschaft Bentheim an den Befragungen aktiv beteiligt.

## Bundesweite Ergebnisse im Vergleich zur Region

### Status-quo:

#### Digitalisierung im stationären Handel nimmt zu

Die Bedeutung des stationären Geschäfts als Einkaufskanal ist nach wie vor sehr hoch. Der Großteil der befragten Händler (85%, vgl. Abb. 1) verkauft stationär. In den kommenden fünf Jahren rechnen 24 Prozent aber mit einem Rückgang des Umsatzanteils dieses Kanals. Das Gesamtbild zeigt eine zunehmende Verschmelzung der Kanäle, da bereits mehr als ein Drittel der Händler sowohl online als auch stationär verkaufen. 37 Prozent der heute reinen stationären Händler wollen in fünf Jahren auch online Umsätze erzielen. Dieselbe Entwicklung zeigt sich auch bei einem Blick auf die erwartete Verteilung der Umsätze: In den nächsten fünf Jahren rechnen die Händler mit einem Rückgang der im Ladengeschäft erwirtschafteten Umsatzanteile. Im Vertriebskanal Online-Shop werden dagegen deutliche Zuwächse erwartet (bis zu 15%).

### Fokus Region

#### Stand der Digitalisierung im regionalen Einzelhandel liegt im Bundestrend.

Fast jedes befragte Unternehmen verfügt über eine Internetpräsenz (90%). Somit ist die Sichtbarkeit im Internet dauerhaft gegeben. Dass der Onlinehandel im ländlichen Raum angekommen ist, zeigt, dass 28 Prozent aller in der Region befragten Betriebe über einen eigenen Onlineshop oder andere digitale Vertriebsformen verfügen. Eine klare Vorstellung haben die Unternehmen in der Region von der Zukunft. Neben dem Rückgang von Umsätzen in stationären Ladenlokalen

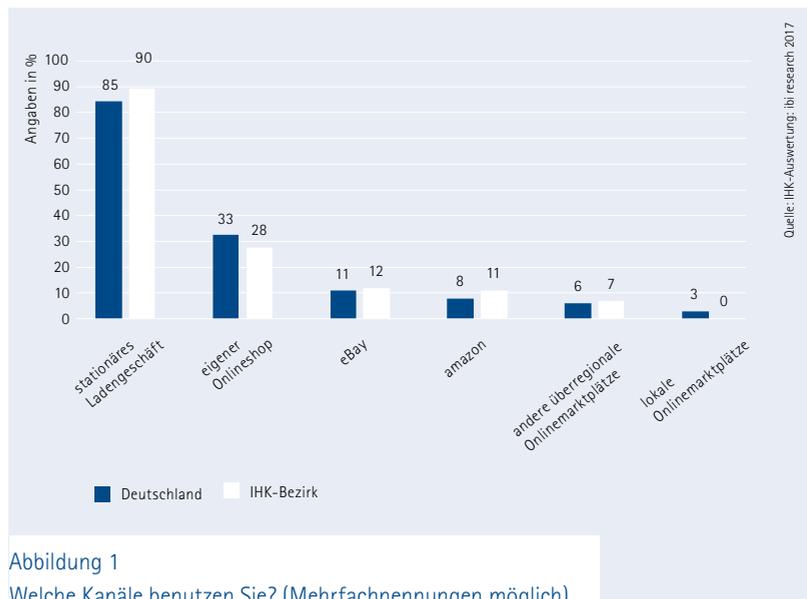


Abbildung 1  
Welche Kanäle benutzen Sie? (Mehrfachnennungen möglich)

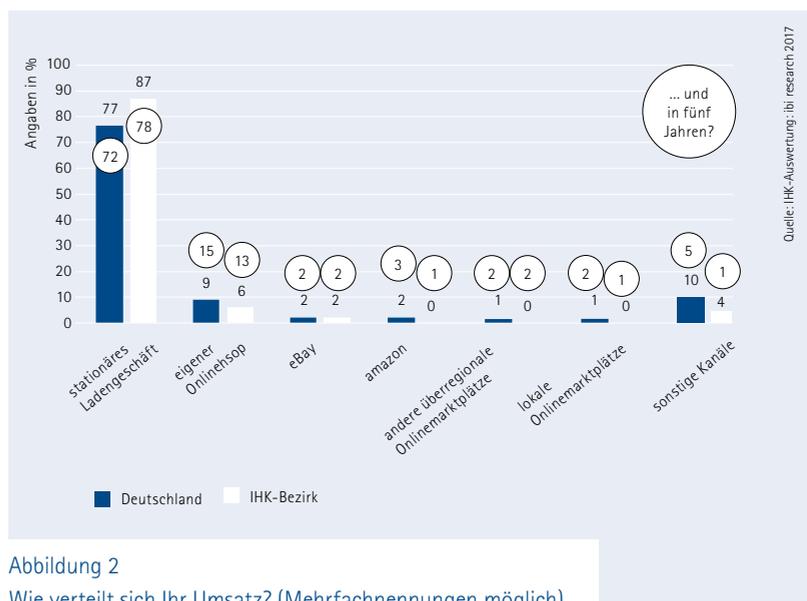


Abbildung 2  
Wie verteilt sich Ihr Umsatz? (Mehrfachnennungen möglich)

steigt der Anteil der über Onlineshops generierten Umsätze in den kommenden fünf Jahren deutlich an (von 6% auf 13%, vgl. Abb. 2). Dagegen werden Marktplätze und Verbundsysteme lokaler Onlinever-

triebswege skeptischer bewertet. Hier bewertet der regionale Einzelhandel die Wachstumspotenziale aktuell geringer.

Fast alle bundesweit Befragten setzen mittlerweile digitale Technologien für ihre internen Prozesse ein.

Dennoch: Mehrheitlich schätzen die Unternehmen ihr Wissen über das Thema »Digitalisierung« nur als durchschnittlich ein (5,4 auf einer Skala von 1–10, vgl. Abb. 3). Je größer das Unternehmen, desto digitalisierter ist in der Regel auch das Back-Office. Auch in der Kommunikation mit dem Kunden ist eine zunehmende Digitalisierung und eine breite Kanalabdeckung (vgl. Abb. 4) zu erkennen, da der Großteil der Händler mittlerweile im Internet auffindbar ist. Mehr als ein Drittel der Händler haben ihren Onlineauftritt mobil optimiert.

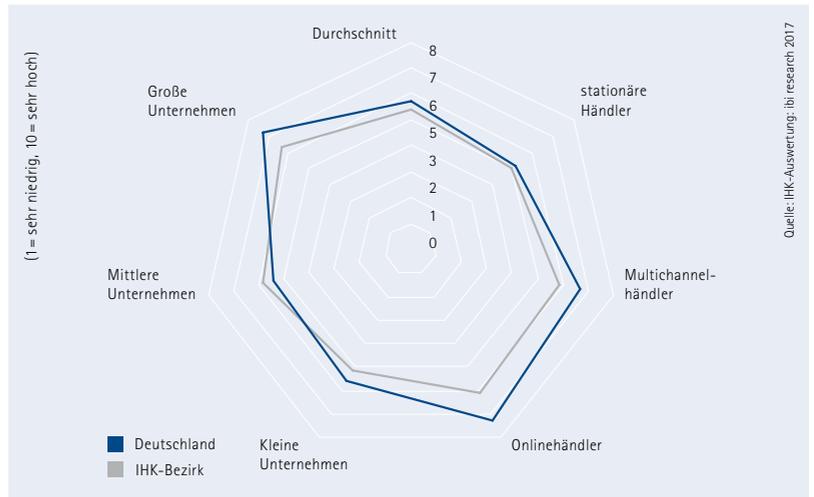


Abbildung 3  
Wie schätzen Sie Ihr Wissen bzgl. Digitalisierung ein? (Mehrfachnennungen möglich)

8

## Fokus Region:

**Der regionale Einzelhandel schätzt sein Wissen über das Thema »Digitalisierung« eher durchschnittlich ein (5,7).**

Im IHK-Bezirk verfügen fast alle befragten Betriebe über verschiedene digitale Technologien für ihre internen Prozesse. Aber nur jeder neunte Händler in der Region hat ein ERP-System im Einsatz, was zu Schwierigkeiten bei der Synchronisation von Vertriebskanälen führt. Auch regional ist in der Kommunikation mit dem Kunden eine zunehmende Digitalisierung festzustellen. Rund ein Drittel der Händler verfügen über mobil optimierte Internetauftritte bzw. Internet-Shops. Mehr als ein Drittel der Händler haben ihren Internetauftritt mobil optimiert. Bei mehr als acht von zehn Unternehmen ist ein geschäftliches Facebook-Profil Bestandteil der Kommunikation mit den Kunden.

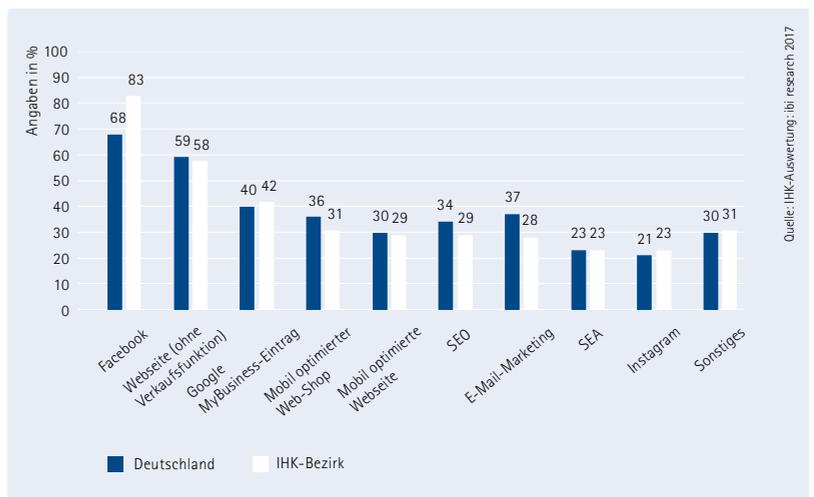


Abbildung 4  
Welche Kanäle nutzen Sie zur Kundenkommunikation? (Mehrfachnennungen möglich)

**Investitionsbereitschaft in Digitalisierung ist ausbaufähig**

Über die Hälfte der befragten Handelsunternehmen bundesweit hat nach eigenen Aussagen noch keine Digitalisierungsstrategie, immerhin 18 Prozent haben aber diese in Planung. Lediglich 12 Prozent der Unternehmen haben ein ausgewiesenes Budget für Investitionen in die Digitalisierung (vgl. Abb. 5). 56 Prozent der Händler ohne explizites Budget nutzen zur Finanzierung von Digitalisierungsmaßnahmen das allgemeine Investitionsbudget und 8 Prozent haben für solche Investitionen kein Geld. Von den Händlern mit ausgewiesenem Budget wollen zwei Drittel dieses in den kommenden drei Jahren steigern.

**Fokus Region:  
Der regionale Einzelhandel hat eine geringe Investitionsbereitschaft.**

Wie im Bundesdurchschnitt hat die Hälfte der Unternehmen nach eigenen Aussagen noch keine Digitalisierungsstrategie, 19 Prozent haben entsprechende Planungen. Jedes vierte Unternehmen gibt an, keinen Verantwortlichen/Ansprechpartner für das Thema Digitalisierung zu haben. Ein Hauptgrund: Investitionen in Digitalisierungsmaßnahmen sind überwiegend nicht durch Budgets definiert, sondern werden überwiegend fallbezogen entschieden. Über ein eigenes Digitalisierungsbudget verfügen nur 7 Prozent der regionalen Unternehmen (bundesweit: über 10%).

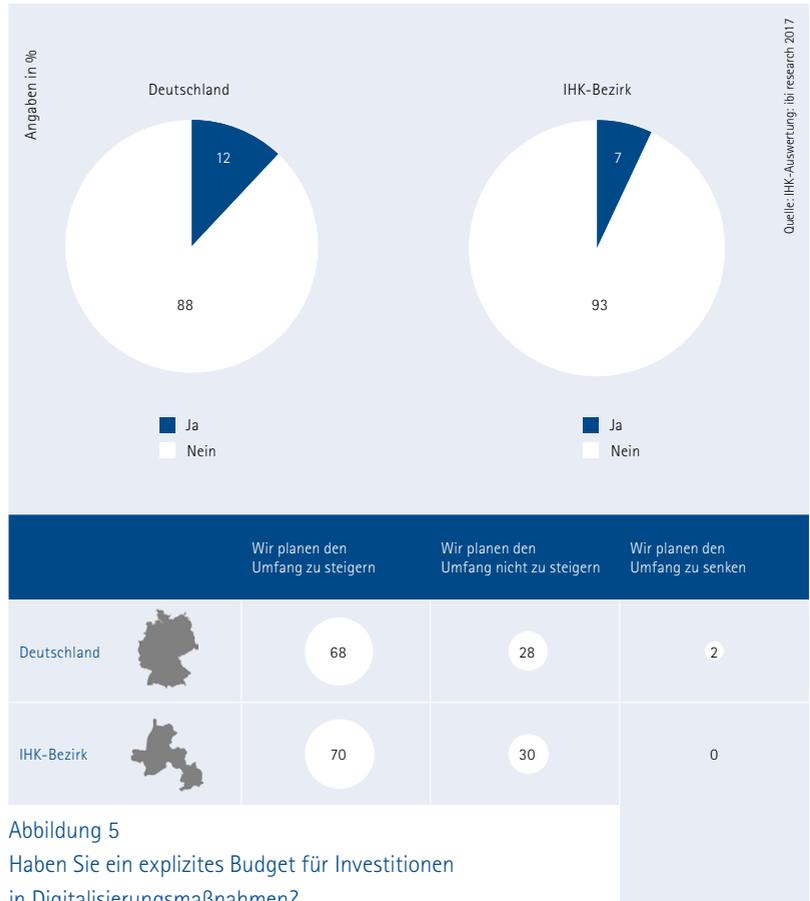


Abbildung 5  
Haben Sie ein explizites Budget für Investitionen in Digitalisierungsmaßnahmen?

## Organisatorische Umsetzung der Digitalisierungsaktivitäten ist Chefsache

Digitalisierung ist Sache der Unternehmensleitung – zu diesem Schluss kommen mehr als 60% der bundesweit befragten Händler. Generell ist das größte Hemmnis bei der Umsetzung von Digitalisierungsaktivitäten insbesondere für kleine Händler der Zeitmangel. Bei großen Unternehmen sind es vor allem die Anforderungen an die IT-Sicherheit. Hemmnisse sind weiterhin rechtliche Unsicherheiten oder hohe Investitionskosten (vgl. Abb. 6).

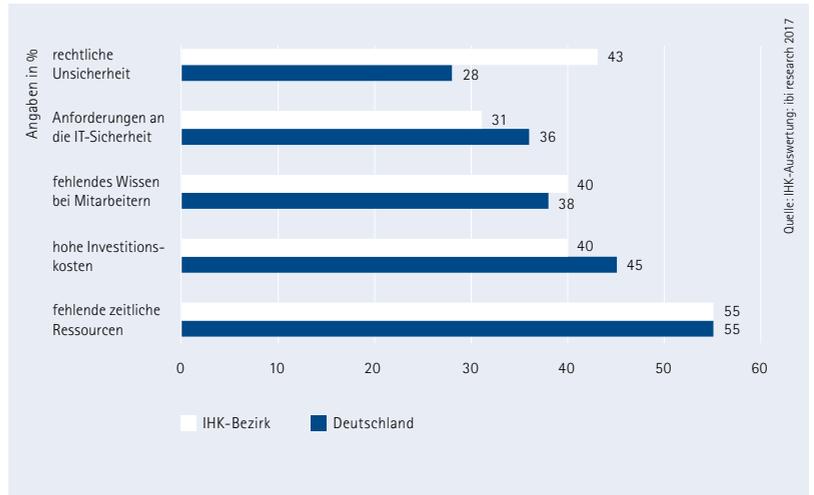


Abbildung 6  
Welche Hemmnisse ergeben sich bei der Umsetzung digitaler Maßnahmen?

### Fokus Region:

Bei nur rund der Hälfte der befragten Betriebe existieren Strategien und Projekte im Bereich der Digitalisierung des Betriebes.

Bei 58 Prozent der befragten Betriebe liegt die Verantwortlichkeit bei der Geschäftsführung, bei jedem fünften Betrieb liegt keine definierte Verantwortlichkeit vor. Als größte Hemmnisse für die Nicht-Anwendung neuerer Technologien wurden Zeitmangel und erhöhter Schulungsbedarf sowie die rechtliche Unsicherheiten genannt.

**Ausblick**

Beim Blick in die Zukunft sind sich die Händler bundesweit in vielen Bereichen einig. Allein 90 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass digitale Innovationen das Einkaufsverhalten ändern werden und demnach ein Umdenken in der Branche erforderlich ist. In diesem Kontext erwarten die Händler auch das Entstehen neuer Geschäftsmodelle (84%). Klassische Stärken wie »Einkaufserlebnis« und »individuelle Lösungen« des Handels bleiben aber auch in der Zukunft ein wichtiger Wettbewerbsvorteil. 41 Prozent der Befragten sehen in der Digitalisierung mehr Chancen als Risiken für das eigene Unternehmen.

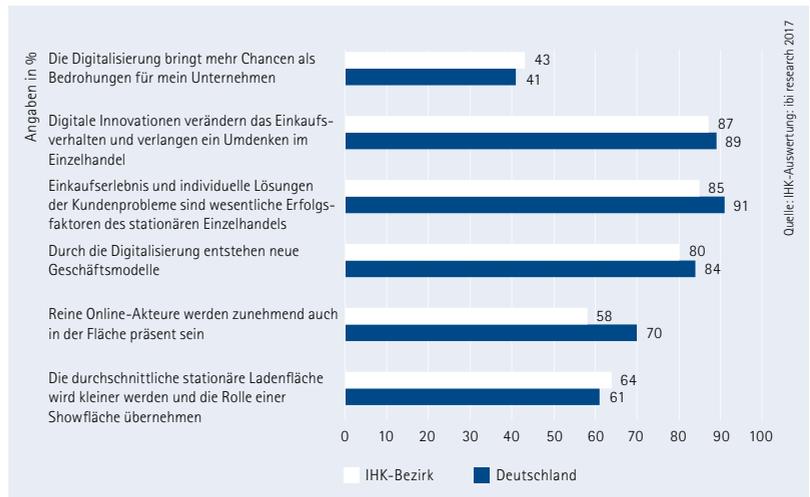


Abbildung 7  
Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zur künftigen Entwicklung (bis 2025) des gesamten Einzelhandels?

**Fokus Region:**  
Die Chancen der Digitalisierung werden im regionalen Einzelhandel etwas optimistischer beurteilt als im bundesweiten Durchschnitt.

Der regionale Einzelhandel sieht große Umwälzungen in den kommenden Jahren auf sich zukommen. Fast neun von zehn Unternehmen sehen die Notwendigkeit eines Umdenkens aufgrund zunehmender Digitalisierung (vgl. Abb. 7). Auch wenn im

IHK-Bezirk nach Einschätzung der Branche neue Geschäftsmodelle zu erwarten sind (80%), wird die Verbreitung reiner Online-Händler im ländlichen Raum eher zurückhaltender beurteilt (58%).



Der E-Commerce Leitfaden unserer IHK soll dabei helfen, erste Einblicke und Antworten zu geben. Er zeigt kurz und kompakt Grundlagen auf, die es zu beachten gilt. Darüber hinaus verweist er per Internetlinks auf weitergehende Informationen und rechtliche Tipps. Wir wünschen eine erkenntnisreiche Lektüre.

Download: <http://bit.ly/2A3i1rh>



## Mittelzentren im Fokus

Ein Fokus im vorliegenden Digitalisierungsreport liegt auf den sieben Mittelzentren im IHK-Bezirk. Hintergrund: Zusammen erzielen diese rund 1,9 Milliarden Euro Umsatz. Das entspricht mehr als ein Drittel des gesamten Einzelhandelsumsatzes in der Region. Die Mittelzentren haben damit neben dem Oberzentrum Osnabrück eine besondere Bedeutung für den regionalen und stationären Einzelhandel.



### Zur Methode

Die Befragung von Einzelhändlern im IHK-Bezirk und drei Grundzentren wurde für die Mittelzentren ergänzt um eine Kartierung der Internetpräsenz und der Onlineshop-Quoten (= Anzahl der Geschäfte, die über einen Onlineshop verfügen im Verhältnis zur Gesamtheit aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet). Darüber hinaus wurden der Handelsbesatz (= Anzahl der Handelsbetriebe an der Gesamtheit aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet) und die Leerstandsquote (Anzahl leerstehender Läden an allen Läden im Untersuchungsgebiet) kartographisch erfasst. Diese Erhebungen fanden im Frühjahr 2017 statt.

Die ausgewählten Indikatoren spiegeln den Stand des Einzelhandels im Allgemeinen und der Digitalisierung der Branche im Besonderen in den sieben Mittelzentren wider. Sie können regelmäßig aktualisiert werden und erlauben so ein Monitoring der Entwicklungen. Abgerundet werden die jeweiligen Kurzporträts durch eine Beurteilung der Breitbandverfügbarkeit (30 Mbit/s und 50 Mbit/s) vor Ort. Dabei wurde auf Daten des TÜV Rheinland zurückgegriffen, die im Auftrag des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) erstellt wurden.

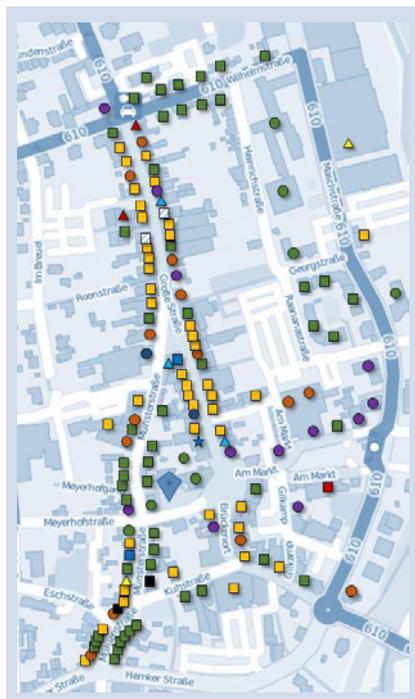
Die ausgewählten Indikatoren wurden in das Verhältnis zu bundesweit verfügbaren Durchschnittswerten gesetzt, um den Entwicklungstrend in den Mittelzentren einordnen zu können. So zeichnet sich nach Einschätzungen von Experten ein starker Handelsstandort dadurch aus, dass der Handelsbesatz – als Teil des Branchenmixes – mindestens 50 Prozent an den gewerblich nutzbaren Erdgeschossflächen betragen sollte. Von einer kritischen Leerstandsquote, die Einfluss auf die Dynamik und Attraktivität einer Innenstadt hat, gehen Handelsexperten bundesweit bei einem Wert aus, der höher als acht Prozent liegt.

Steckbrief: **Bramsche, Innenstadt**

Die Stadt Bramsche verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 220 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 196 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt 100,4 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz der Handelsbetriebe in der Bramscher Innenstadt liegt bei 78 Prozent.

Jeder vierte Innenstadtbetrieb im Kernbereich hat einen Onlineshop. Mehr als die Hälfte aller Ladenflächen im Innenstadtbereich ist mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt 2,4 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in hohen Bandbreiten überwiegend gegeben.



- Legende
- Zentrenrelevante Sortimente
  - Nahversorgungsrelevante Sortimente
  - ▲ Nicht-zentrenrelevante Sortimente
  - Beherbergung/Hotellerie
  - Gastronomie
  - ▲ Reisebüro
  - Bäckerei
  - Fleischerei
  - ▲ Friseur
  - ★ sonstiges Handwerk
  - sonstige Nutzung
  - öffentliche Nutzung
  - Leerstand
  - Umbau

Internetpräsenz	Onlineshops	Handelsbesatz	Leerstandsquote
78 %	26 %	57 %	2 %
Breitbandverfügbarkeit >30Mbit/s		Breitbandverfügbarkeit >50Mbit/s	
77 %		67 %	

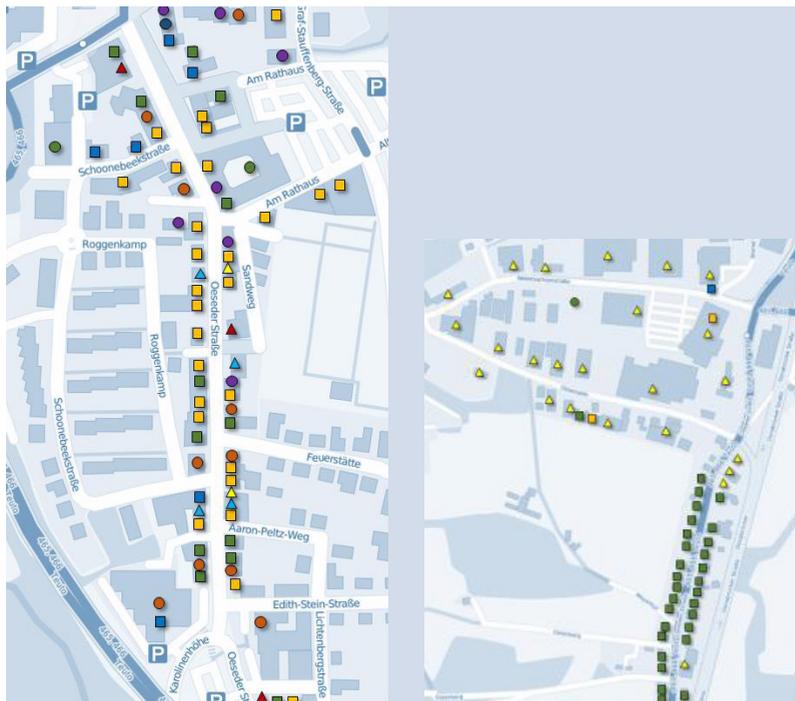
Steckbrief: Georgsmarienhütte  
(Zentraler Versorgungsbereich Oesede)

Die Stadt Georgsmarienhütte verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 207 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 209 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt 114,1 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz im Zentralen Versorgungsbereich (ZVB) Oesede liegt bei 52 Prozent.

Jeder fünfte dort ansässige Betrieb verfügt über einen Onlineshop. Fast die Hälfte aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet ist mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt 2,9 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in Georgsmarienhütte in hohen Bandbreiten gegeben.

14



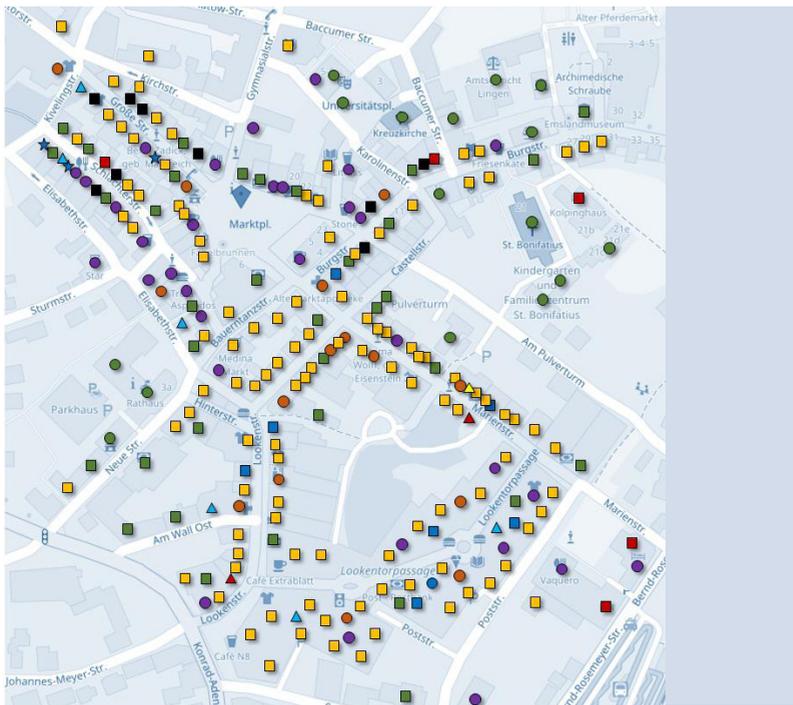
Internetpräsenz	Onlineshops	Handelsbesatz	Leerstandsquote
52 %	20 %	43 %	3 %
Breitbandverfügbarkeit >30Mbit/s		Breitbandverfügbarkeit >50Mbit/s	
95 %		93 %	

Steckbrief: Lingen (Ems), Innenstadt

Die Stadt Lingen (Ems) verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 355 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 369 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt für die Stadt Lingen (Ems) insgesamt 117,3 und für die Lingener Innenstadt 169,7 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz in der Innenstadt liegt bei 77 Prozent.

Jeder dritte dort ansässige Betrieb verfügt über einen Onlineshop. Fast zwei Drittel aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet sind mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt 5,3 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in der Lingener Innenstadt in allen hohen Bandbreiten gegeben.



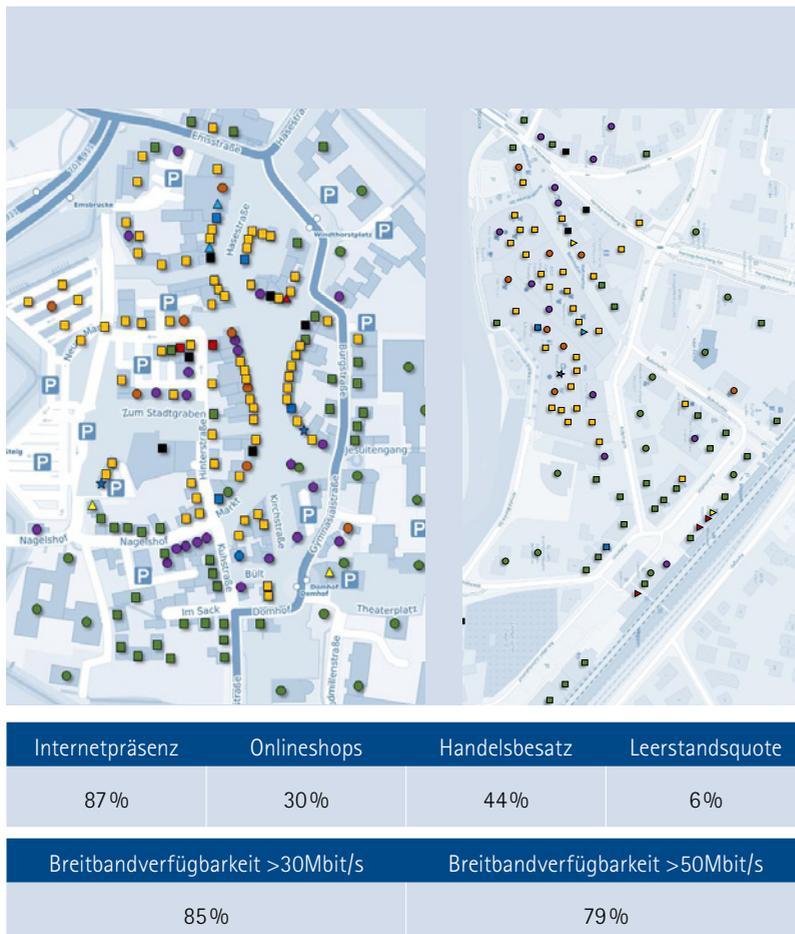
Internetpräsenz	Onlineshops	Handelsbesatz	Leerstandsquote
77 %	29 %	63 %	5 %
Breitbandverfügbarkeit >30Mbit/s		Breitbandverfügbarkeit >50Mbit/s	
95 %		93 %	

Steckbrief: Meppen, Innenstadt

Die Stadt Meppen verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 233 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 315 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt für Meppen insgesamt 152,4 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz im Zentralen Versorgungsbereich liegt bei 87 Prozent.

Fast jeder dritte dort ansässige Betrieb verfügt über einen Onlineshop. Fast die Hälfte aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet ist mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt aktuell 6,0 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in Meppen in allen hohen Bandbreiten überwiegend gegeben.

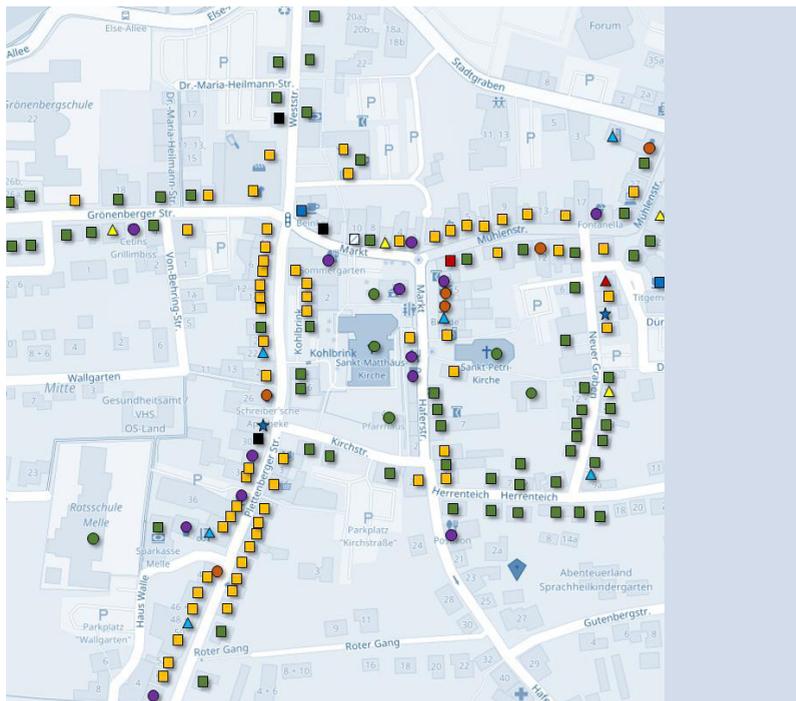


Steckbrief: **Melle/Melle-Innenstadt**

Die Stadt Melle verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 304 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 242 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt für die Stadt Melle insgesamt 89,8 und für die Meller Innenstadt 129,4 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz im Zentralen Versorgungsbereich Melle-Mitte liegt bei 71 Prozent.

Fast jeder sechste dort ansässige Betrieb verfügt über einen Onlineshop. Fast die Hälfte aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet ist mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt rund 3 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in Melle, speziell in der Innenstadt Melle-Mitte, in allen hohen Bandbreiten gegeben.



- Legende**
- Zentrenrelevante Sortimente
  - Nahversorgungsrelevante Sortimente
  - ▲ Nicht-zentrenrelevante Sortimente
  - Beherbergung/Hotellerie
  - Gastronomie
  - ▲ Reisebüro
  - Bäckerei
  - Fleischerei
  - ▲ Friseur
  - ★ sonstiges Handwerk
  - sonstige Nutzung
  - öffentliche Nutzung
  - Leerstand
  - Umbau

Internetpräsenz	Onlineshops	Handelsbesatz	Leerstandsquote
71%	19%	48%	3%
Breitbandverfügbarkeit >30Mbit/s		Breitbandverfügbarkeit >50Mbit/s	
89%		86%	

Steckbrief: Nordhorn, Innenstadt

Die Stadt Nordhorn verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 327 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 436 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt für die Stadt Nordhorn insgesamt 150,2 und für die Nordhorner Innenstadt 278,5 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegt bei 87 Prozent.

Mehr als ein Drittel aller dort ansässigen Betriebe verfügt über einen Onlineshop. Mehr als die Hälfte aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet ist mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt 5,2 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in Nordhorn in allen hohen Bandbreiten gegeben.

18



- Legende
- Zentrenrelevante Sortimente
  - Nahversorgungsrelevante Sortimente
  - ▲ Nicht-zentrenrelevante Sortimente
  - Beherbergung/Hotellerie
  - Gastronomie
  - ▲ Reisebüro
  - Bäckerei
  - Fleischerei
  - ▲ Friseur
  - ★ sonstiges Handwerk
  - sonstige Nutzung
  - öffentliche Nutzung
  - Leerstand
  - ▨ Umbau

Internetpräsenz	Onlineshops	Handelsbesatz	Leerstandsquote
87 %	39 %	53 %	5 %
Breitbandverfügbarkeit >30Mbit/s		Breitbandverfügbarkeit >50Mbit/s	
95 %		94 %	

Steckbrief: **Quakenbrück,**  
**(Zentraler Versorgungsbereich**  
**Lange Straße)**

Die Stadt Quakenbrück verfügt 2017 über eine einzelhandelsspezifische Kaufkraft vor Ort von rund 81 Mio. Euro. Dem gegenüber stehen rund 105 Mio. Euro am Point-of-Sales. Die Zentralitätskennziffer beträgt für Quakenbrück insgesamt 147,2 (Deutschland = 100). Der Anteil der Internetpräsenz im zentralen Versorgungsbereich (ZVB) Lange Straße liegt bei 75 Prozent.

Dabei verfügt jeder vierte dort ansässige Betrieb über einen Onlineshop. Fast die Hälfte aller Ladenflächen im Untersuchungsgebiet ist mit Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote beträgt 5,6 Prozent.

Die Leistungsfähigkeit der Breitbandverfügbarkeit ist in Quakenbrück in allen hohen Bandbreiten gegeben.



- Legende**
- Zentrenrelevante Sortimente
  - Nahversorgungsrelevante Sortimente
  - ▲ Nicht-zentrenrelevante Sortimente
  - Beherbergung/Hotellerie
  - Gastronomie
  - ▲ Reisebüro
  - Bäckerei
  - Fleischerei
  - ▲ Friseur
  - ★ sonstiges Handwerk
  - sonstige Nutzung
  - öffentliche Nutzung
  - Leerstand
  - ▨ Umbau

Internetpräsenz	Onlineshops	Handelsbesatz	Leerstandsquote
75 %	25 %	43 %	6 %
Breitbandverfügbarkeit >30Mbit/s		Breitbandverfügbarkeit >50Mbit/s	
95 %		93 %	

Indikatoren:	1 Internetpräsenz	2 Onlineshops	3 Handelsbesatz	4 Leerstandsquote	5 Breitband- verfügbarkeit > 30 Mbit/s	6 Breitband- verfügbarkeit > 50 Mbit/s
Bundesdurchschnitt	59%	33%	50%	5%	84%	77%
Bramsche, Innenstadt	78	26	57	2	77	67
Georgsmarienhütte, ZVB Oesede	52	20	43	3	95	93
Lingen (Ems), Innenstadt	77	29	63	5	95	93
Meppen, Innenstadt	87	30	44	6	85	79
Melle, Melle-Innenstadt	71	19	48	3	89	86
Nordhorn, Innenstadt	87	39	53	5	95	94
Quakenbrück, ZVB Lange Straße	75	25	43	6	95	93

Abweichungen vom Bundesdurchschnitt

- < -10 %
- 10 % bis -6 %
- 5 % bis 5 %
- 6 % bis 10 %
- > 10 %
- > 3 %
- 2 % bis -2 %
- < -2 %

Für die Indikatoren: 1 2 3 5 6  
Für den Indikator: 4

Abb. 8: Mittelzentren im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Der Vergleich der Mittelzentren mit dem Bundesdurchschnitt (vgl. Abb. 8) zeigt, dass in diesen starken Handelsstandorten für den digitalen Erfolg wichtige Rahmenbedingungen in großen Teilen bereits gegeben sind. Zudem zeichnen sich die Mittelzentren durch eine vergleichsweise niedrige Leerstandsquote in den zentralen Handelslagen aus. Der Handelsbesatz als Ausdruck einer lebendigen Innenstadt und eines multifunktionalen zentralen Bereichs hat Bestand.

Die Digitalisierung hat auch die Betriebe vor Ort erreicht. Überdurchschnittlich hoch ist zum Zeitpunkt der Erhebungen die Internetpräsenz und damit die Sichtbarkeit der Betriebe im Internet. In der Regel ist mindestens jeder fünfte Betrieb vor Ort bereits mit eigenen digitalen Vertriebskanälen im Internet vertreten. Hier besteht allerdings im Vergleich zum Bundesdurchschnitt noch Entwicklungspotenzial.



### Mobile als Handlungsfeld

Neben leitungsgebundener Digitalisierung wird das mobile Internet für den Handel eine herausragende Rolle spielen. Bereits mehr als 70 Prozent der über 14-Jährigen nutzen regelmäßig internetfähige Mobiles.

Sowohl bundesweit als auch im IHK-Bezirk sind nur etwa ein Drittel der angebotenen Internetshops und Internetseiten mobil optimiert. Damit sind zwei Drittel der Handelsbetriebe nicht dort, wo der Kunde ist, nämlich im mobilen Internet.

Welche Bedeutung dem mobilen Internet für den Handel künftig zukommen wird,

war u.a. Gegenstand der Diskussionen von Politik, Wissenschaft und lokalem Einzelhandel im Rahmen der IHK-Regionalkonferenz 2016. Eine Zusammenfassung steht zum Download bereit: <http://bit.ly/2BNO01L>



**Exkurs: Onlinehandel im ländlichen Raum**

Im Rahmen dieser Analyse hat die IHK auch ausgewählte Grundzentren im Bezirk und damit auch den Onlinehandel im ländlichen Raum untersucht.

**Fazit:** Auch in den vermeintlich kleinen Orten werden Onlinevertrieb und -marketing vorangetrieben. Die Chancen der Online-Technologien werden sogar intensiver genutzt als erwartet.

Hilter



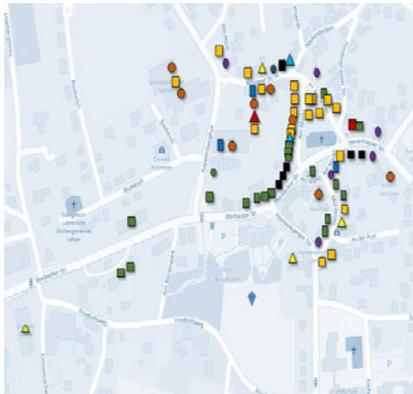
Internetpräsenz	Onlineshops
75 %	25 %
Handelsbesatz	Leerstandsquote
55 %	< 1 %
Breitband-verfügbarkeit >30Mbit/s	Breitband-verfügbarkeit >50Mbit/s
71 %	68 %

Emsbüren



Internetpräsenz	Onlineshops
71 %	21 %
Handelsbesatz	Leerstandsquote
54 %	7 %
Breitband-verfügbarkeit >30Mbit/s	Breitband-verfügbarkeit >50Mbit/s
68 %	58 %

Uelsen



Internetpräsenz	Onlineshops
66 %	28 %
Handelsbesatz	Leerstandsquote
46 %	6 %
Breitband-verfügbarkeit >30Mbit/s	Breitband-verfügbarkeit >50Mbit/s
82 %	77 %

## Handlungsfelder aus Sicht der IHK-Organisation

### ■ Digitale Kompetenzen besser vermitteln

Der Umgang mit digitalen Anwendungen, die daraus resultierenden organisatorischen Veränderungen in der Zusammenarbeit sowie ein darüber hinaus gehendes technisches Verständnis sind unerlässlich für die Digitalisierung in den Unternehmen. Digitale Kompetenzen müssen in der beruflichen Bildung und auch in der berufsbegleitenden Weiterbildung und den Hochschulen weiterentwickelt werden.

### ■ Hochleistungsfähige digitale Infrastrukturen flächendeckend ausbauen

Der Ausbau einer zukunftsfähigen digitalen Infrastruktur – stationär und mobil – auf Basis von Glasfasertechnologien erfordert Investitionen, die nur durch gemeinsame Anstrengungen aller Beteiligten wie Netzanbieter, Bund, Länder, Kommunen und Politik gelingt. Gerade die Wirtschaft im ländlichen Raum ist häufig noch unzureichend mit hochleistungsfähigen Anschlüssen versorgt, die unternehmerischen Anforderungen gerecht werden. Neben dem ländlichen Raum dürfen unterversorgte Gebiete in Ballungsräumen beim Breitbandausbau und nicht in Vergessenheit geraten.

### ■ Rahmenbedingungen für die digitale Wirtschaft verbessern

Kleine und mittlere Unternehmen vernetzen sich entlang der Lieferkette, um die Potenziale des Datenaustauschs für ihre digitalen Geschäftsmodelle besser nutzen zu können. Über die EU-Datenschutzgrundverordnung hinaus hat Klarheit über die Nutzungsrechte an Daten Priorität. Der Wettbewerb ebenso wie der Vollzug geltenden Rechts muss für bestehende und New Economy-Märkte gesichert sein.

### ■ Rechtssicherheit in der digitalen Welt herstellen

Der grenzüberschreitenden, häufig auch gewerblichen Nutzung des Internets werden weltweite Regelungen am besten gerecht. Das gilt vor allem im Urheber- und Vertragsrecht in Form neuer, standardisierter Lizenzmodelle. Die Regeln müssen rechtssicher, unkompliziert und geeignet sein, Rechtsmissbrauch zu verhindern, aber auch die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle ermöglichen. Bei Internet-Plattformen sollte der Gesetzgeber auf den Erhalt von Wettbewerb und auf effektiven Datenschutz achten.

### ■ Wettbewerbsverzerrungen zwischen Online- und stationärem Handel abbauen

Die Besteuerung des Online-Handels sollte der des stationären Handels angeglichen werden. Darüber hinaus brauchen der stationäre Einzelhandel und die Kommunen im Strukturwandel Orientierung. Dabei sollte die Politik Hilfestellung geben, indem z. B. Foren oder Wettbewerbe initiiert oder unterstützt werden, mit denen Best Practices im Bereich der Verknüpfung »Online-Offline« identifiziert werden können.

## Das tut unsere IHK für den Handel

### ■ Unsere IHK informiert

Die IHKs bündeln und sortieren die für die Betriebe wichtigen Informationen z. B. zum Internetrecht. Dafür nutzen wir verschiedene Kommunikationsplattformen wie z. B. das IHK-Netzwerk Stadt- und Ortsmarketing, den IHK-Handelsausschuss oder aber auch Themenveranstaltungen wie die IHK-Regionalkonferenz oder den IHK-Handelsabend.

### ■ Unsere IHK analysiert

IHK-Studien dienen als Beitrag für die Planung und Entscheidung über die zukünftige Ausgestaltung der Handelslandschaft vor Ort. Hierfür benutzen wir Datenbanken externer Marktforschungsinstitute und führen selbst Monitorings durch, z. B. den Handelsmonitor Osnabrück. Darüber hinaus ermitteln wir regelmäßig die Passantenfrequenz in den Innenstädten.

### ■ Unsere IHK ist Partner bei Aus- und Weiterbildung

Die IHKs sind zuständige Stellen für die Eintragung, Beratung und Überwachung von Ausbildungsverhältnissen in allen handelsrelevanten Berufen. Sie wirken aktiv an der Neuformulierung von Berufsbildern mit, z. B. ab dem 1. August 2018 den Ausbildungsberuf »Kaufmann/Kauffrau für E-Commerce«. In unserem IHK-Bezirk gibt es rund 1.000 Ausbildungsverhältnisse pro Jahr im Handel. Darüberhinaus bietet unsere IHK ein umfangreiches Fort- und Weiterbildungsangebot in allen Bereichen des Handels an. Hierzu zählen auch fachspezifische Lehrgänge ebenso wie Führungsseminare, Sprachkurse oder kaufmännische Fortbildungsmaßnahmen.

### ■ Unsere IHK vermittelt

Ziel der IHKs ist es, auf kurzem Weg durch Beratung und Vermittlung einen Konsens zwischen gesetzlichen Vorgaben und den Bedürfnissen der Wirtschaft herzustellen. So setzen auch wir uns z. B. für einen fairen Wettbewerb zwischen Online- und Offlinehandel ein.

### ■ Unsere IHK nimmt Stellung

Die Begleitung von Raumordnungs- und Bauleitplanungsfragen ist eine wichtige Aufgabe der IHKs. An- und Umsiedlungen von Einzelhandelsgroßprojekten haben auch in unserem IHK-Bezirk für viele kammerzugehörige Unternehmen existenzielle Bedeutung. Wir nehmen Stellung als Träger öffentlicher Belange und bieten ein IHK-Netzwerk für Regionalplaner.

### ■ Unsere IHK berät

Ob offline oder online: Existenzgründungen im Handel schaffen Arbeitsplätze und stärken die Wirtschaft. Auch unsere IHK hält für ihre Mitgliedsfirmen ein umfassendes Angebot oder entsprechende Kontaktadressen zu allen Fragen des Wirtschaftslebens, der Finanzierung oder auch der Nachfolgeregelung bereit.



## Ihr Ansprechpartner



Sie haben Fragen oder ein spezifisches Anliegen rund um das Thema Onlinehandel? Sie wollen Rechtsauskünfte zu Fragen der Impressumsgestaltung oder Pflichtangaben im Internet? Wir helfen Ihnen gern.

**Sprechen Sie mich an!**

### **Falk Hassenpflug**

Projektleiter Handel, Stadtmarketing,  
Tourismus und E-Business

E-Mail: [hassenpflug@osnabrueck.ihk.de](mailto:hassenpflug@osnabrueck.ihk.de)

Tel.: 0541 353-215

Fax: 0541 353-99215

Industrie- und Handelskammer  
Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim

Neuer Graben 38  
49074 Osnabrück  
Telefon 0541 353-0  
Telefax 0541 353-122  
E-Mail [ihk@osnabruock.ihk.de](mailto:ihk@osnabruock.ihk.de)  
[www.osnabruock.ihk24.de](http://www.osnabruock.ihk24.de)